Présentation du guide : « Accompagner la Création d'Entreprise... »

Jeudi 9 février 2012

Une version électronique du guide est en libre accès sur :

www.sports.gouv.fr www.jeunes.gouv.fr

www.associations.gouv.fr

Contact presse :

Service de presse : 01 40 45 94 47

presse-cabinet@jeunesse-sports.gouv.fr

95, avenue de France 75650 Paris CEDEX 13

www.sports.gouv.fr

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DES SPORTS

PROGRAMME

Présentation du guide « Accompagner la Création d'Entreprise… »

Animation : **Arnaud JEAN**, chef de projet sport et développement durable, direction des Sports

8 h 00 : Accueil des participants autour d'un café

8 h 30 : Ouverture par les directeurs des Sports et de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie associative

8 h 35 : Présentation technique du guide

Frédéric Steinberg, chef de bureau (direction des Sports)

Véronique Siau, consultant Sport-Emploi-Développement

8 h 55 : Paroles institutionnelles de partenaires

Alain Belais, Directeur Général de l'Agence Pour la Création d'Entreprise (APCE)

« Accompagnement à la création d'entreprise »

Patrick Gèze, Secrétaire général de l'Agence de valorisation des initiatives socio-économiques (AVISE)

« Création d'entreprise du point de vue de l'entreprenariat social »

9 h 10 : Parole d'un réseau d'accompagnement

Sébastien Dottin, Administrateur national de BGE Réseau

« Plus value de ce type d'outil d'accompagnement dans ces secteurs d'activités »

9 h 20 : Parole de créateurs d'entreprise

Gérard Goupil et sa compagne Mona Lee - MurMur (Murs d'escalade dans le 93)

« Parcours de créateurs et vision de l'accompagnement »

9 h 35 : Conclusion par **David Douillet**, ministre des Sports

ÉDITORIAL

Le sport et l'entreprenariat requièrent beaucoup de qualités communes. Tous deux demandent de la passion, des efforts, de l'acharnement. Dans le sport comme dans l'entreprise, il faut aussi souvent apprendre à surmonter l'échec pour réussir.

Il n'est donc pas étonnant que de nombreux passionnés de sport se lancent dans la création d'entreprise. D'octobre 2009 à janvier 2010, les arts, les spectacles et les activités récréatives – incluant les sports – ont représenté 3 % des créations d'entreprises. Il y a fort à parier que ce chiffre sera encore amené à croître, le sport et les loisirs étant un secteur porteur avec un fort potentiel de développement économique.

47 % de la population française pratique un sport de manière régulière et les ménages français dépensent près de 17 milliards d'euros en biens et services sportifs chaque année. Près de 220 000 personnes travaillent déjà dans le secteur sportif et leur nombre suit l'évolution constante de la demande.

Dans le contexte de crise économique que nous connaissons, nous devons nous appuyer sur cette formidable opportunité de développer un emploi durable dans tous nos territoires. Tous les acteurs concernés doivent se mobiliser pour accompagner ces porteurs de projet, passionnés par le sport ou la culture, mais souvent peu au fait des problématiques concrètes liées à un projet de création d'entreprise.

Ce guide a donc pour but de fournir des conseils pratiques aux réseaux d'accompagnement des créateurs d'entreprise dans le sport, les loisirs et la culture, afin qu'ils soutiennent les initiatives individuelles de ceux qui s'engagent dans l'entreprenariat.

J'espère que ce guide permettra de faire naître beaucoup d'associations et d'entreprises qui contribueront à dynamiser tous nos territoires. Ces petites entreprises deviendront peut-être un jour de grandes entreprises qui rayonneront à l'international. Dans la création d'entreprise comme dans le sport, aucun objectif n'est inatteignable. Il faut avancer pas à pas, avec toujours la même ténacité, la même passion et le même enthousiasme.

J'adresse tous mes encouragements à ceux qui, grâce aux réseaux de professionnels de l'accompagnement à la création d'entreprises, pourront concrétiser leurs projets et se lancer dans cette aventure passionnante qu'est l'entreprenariat.

David DOUILLET

DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES D'UTILISATION DU GUIDE… AU-DELÀ D'UN OUTIL

UNE ÉVOLUTION DES TENDANCES…

La progression constante des secteurs d'activités, malgré la crise

- Dépense sportive (2009) : **+ 0,6 % par rapport à 2008**
- **PIB : 1,5 %** en France pour les activités culturelles et de loisirs (États-Unis : 0,3 %)
- Dépense de consommation des ménages pour ces activités : **9,1 % en 2009** (1 % en 1980)

L'impact croissant en termes d'emplois

- 219 000 emplois + 3,9 % en 2009 par rapport à 2008

La progression du nombre d'entreprises créées (activités culturelles et de loisirs)

- **+ 200 % de créations d'entreprise** (octobre 2008 à janvier 2010)

… QUI DÉTERMINENT DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES D'UTILISATION

Faire « bouger » les représentations

- Le guide permet de communiquer sur l'importance et de la création d'entreprise dans ces secteurs.

Améliorer les pratiques d'accompagnement des créateurs

- Il permet de communiquer pour sensibiliser les réseaux et les opérateurs de terrain à une meilleure prise en compte de ces créateurs, de l'accueil au financement.
- Il permet de susciter à l'échelle des territoires, des démarches pilotes.

Faire évoluer les pratiques de formation

- Le guide permet de mobiliser et former des formateurs qui interviennent dans les CREPS, les CFA, à l'université…
- Il alimente l'ingénierie de la formation pour une meilleure prise en compte des fondamentaux de la création d'entreprise.

LE GUIDE « ACCOMPAGNER LA CRÉATION D'ENTREPRISE… »

Extraits

LE GUIDE MODE D'EMPLOI

Le périmètre du guide

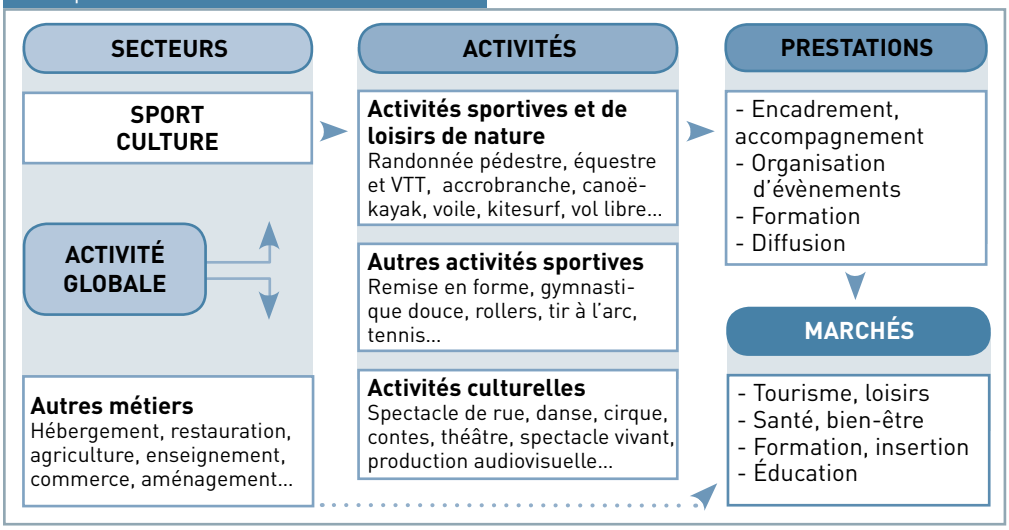
Ce guide a été réalisé au terme d'une enquête interne aux services du ministère chargé des sports et d'une enquête nationale menée auprès de têtes de réseaux et d'accompagnateurs de terrain, spécialistes de ces secteurs ou spécialistes de la création d'entreprises. Ce travail a été complété par une analyse des ouvrages et outils disponibles pour éclairer la démarche de création dans ces secteurs et par des entretiens avec des créateurs.

Le périmètre - L'activité principale des entreprises	
Loisirs sportifs de nature divers	36 %
Création et diffusion de l'art	19 %
Parc acrobatique en hauteur	16 %
Centre de remise en forme	11 %
Centre équestre	9 %
Création évènementiel	9 %

Source : Enquête interne aux ministères chargés de la jeunesse et des sports - 2009

La sélection des activités abordées dans le guide a été réalisée au terme de l'enquête menée auprès des agents des ministères chargés de la jeunesse et des sports.

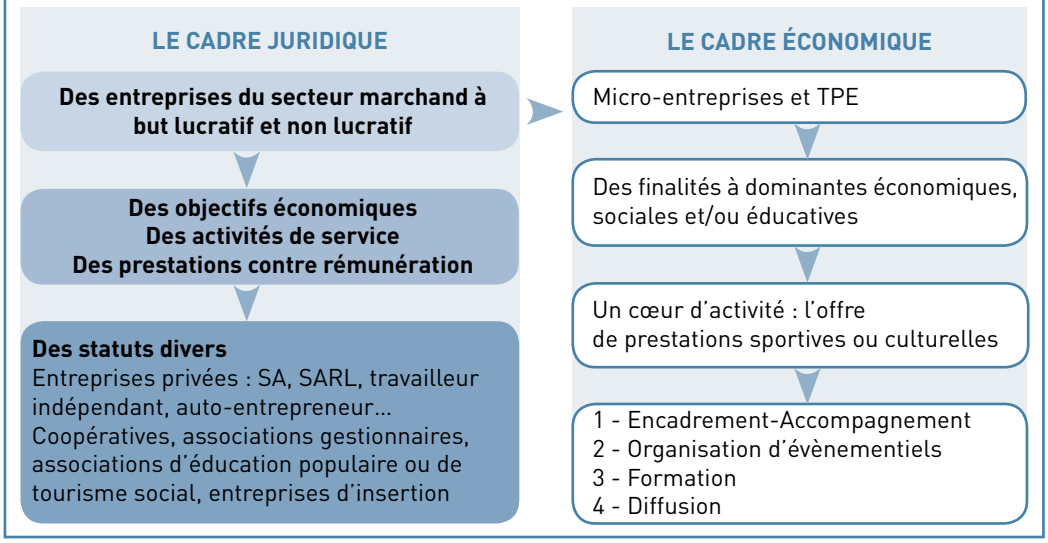
Le périmètre - Prestations et marchés



Source : Enquête interne aux ministères chargés de la jeunesse et des sports - 2009

Le recensement des ouvrages existants a permis de cibler prioritairement les réseaux d'accompagnement et non les créateurs. L'enquête menée auprès des réseaux et acteurs en charge de l'accompagnement à la création d'entreprises a permis de dégager les points sensibles devant faire l'objet d'une fiche spécifique. Enfin, l'enquête menée auprès des créateurs a permis d'entériner le périmètre du guide.

Le périmètre - Le cadre juridique et économique


LE CADRE JURIDIQUE
Des entreprises du secteur marchand à but lucratif et non lucratif
Des objectifs économiques
Des activités de service
Des prestations contre rémunération
Des statuts divers
Entreprises privées : SA, SARL, travailleur indépendant, auto-entrepreneur…
Coopératives, associations gestionnaires, associations d'éducation populaire ou de tourisme social, entreprises d'insertion
LE CADRE ÉCONOMIQUE
Micro-entreprises et TPE
Des finalités à dominantes économiques, sociales et/ou éducatives
Un cœur d'activité : l'offre de prestations sportives ou culturelles
1 - Encadrement-Accompagnement
2 - Organisation d'évènementiels
3 - Formation
4 - Diffusion

Ce travail a été enrichi par un comité de pilotage dont les membres ont fixé le périmètre juridique et économique du guide.

Les partis pris méthodologiques rédactionnels

Ce sont les points sensibles du processus de création, recensés au terme des enquêtes, qui font l'objet de ce guide. L'exhaustivité n'est visée ni dans le choix des sujets traités, ni dans le choix des informations transmises. L'objectif premier consiste en effet à fournir un corpus minimal qui permette à des spécialistes de la création d'entreprises qui ne connaissent pas ces secteurs et à des spécialistes de ces secteurs qui connaissent mal la création d'entreprises d'améliorer l'accompagnement qu'ils proposent.
Pour y parvenir, le guide s'appuie sur une sélection de sites, études et références diverses qui rassemblent l'essentiel de l'information utile, et en fait la présentation sur une cinquantaine de fiches. Ce format a été retenu pour permettre au lecteur de disposer d'une information synthétisée sur les points clés du processus d'accompagnement et sur les activités visées.
Les principales sources utilisées sont mentionnées au fil du rédactionnel et à la fin de chaque fiche. Des conseils complètent les informations transmises.

Un plan en 3 étapes

Le plan du guide est construit en référence au processus de création, afin de permettre aux accompagnants de trouver facilement les informations qui les intéressent.
Les trois grandes étapes proposées sont connues des acteurs de l'accompagnement. Elles sont symbolisées par des onglets ronds et colorés sur le côté droit de l'ouvrage.

■ **Étape 1 : le candidat a une idée de création -** Il s'adresse généralement, à ce stade, à une structure dont il est naturellement proche. Ses interlocuteurs sont souvent des agents des ministères en charge des sports et de la jeunesse, mais aussi des missions locales.

■ **Étape 2 : le candidat mûrit son projet -** Il peut être accompagné par les grands réseaux généralistes (consulaires, boutiques de gestion) ou toute autre structure chargée d'éclairer le créateur dans le ciblage de son marché et de ses clientèles.

■ **Étape 3 : le créateur décide de se lancer -** Il doit choisir son statut et convaincre partenaires et financeurs. Notaires, experts-comptables et conseillers bancaires sont particulièrement concernés par cette étape.

Trois types de fiches à chacune des étapes

On trouve 3 « fiches projets », 4 « fiches sectorielles » et 4 « fiches pratiques » à chacune des étapes du processus d'accompagnement. Elles sont repérables au niveau des onglets situés en bas de page.

Les **« fiches projets »** délivrent conseils et recommandations. Chaque étape démarre par trois fiches projets : « Le candidat et son projet », « Les points de vigilance » et « Des pistes pour progresser ». Elles sont émaillées de conseils pratiques repérables par leur couleur et la place qu'ils occupent dans le texte.

Les **« fiches sectorielles »** rassemblent des données et des références propres aux secteurs visés, en rapport avec chacune des étapes de la création. Elles permettent de renforcer les connaissances utiles pour accompagner les créateurs dans ces secteurs.

Les **« fiches pratiques »** proposent des outils et des ressources pour améliorer l'accompagnement des créateurs à chacune des étapes de leur parcours. Elles sont complétées par des conseils pratiques repérables par leur couleur et la place qu'ils occupent dans le texte.

fiches Projets	fiches Sectorielles	fiches Pratiques
Trajectoire SPORT	Trajectoire SPORT NATURE	Fiche Pro CULTURE

Les fiches trajectoires et les fiches professionnelles

Les **« fiches trajectoires »** mettent en exergue le parcours emblématique de neuf créateurs. Les onglets situés en bas de page permettent de repérer la nature des activités proposées par leur entreprise ; elles sont intercalées entre les étapes.

Les **« fiches professionnelles »** situées à la fin du guide recensent l'essentiel des savoirs, références et ressources disponibles sur un certain nombre d'activités.

Les différentes rubriques

Plusieurs rubriques émaillent la lecture du guide. Elles ont pour vocation de faciliter la lecture des fiches en rassemblant des informations de même nature.

FOCUS

La rubrique « Focus » illustre le propos de la fiche dans les secteurs visés par le guide.

à savoir

La rubrique « À savoir » concerne un point économique, juridique ou fiscal qui mérite une attention particulière.

BON à SAVOIR

La rubrique « Bon à savoir » attire l'attention des lecteurs sur une information qu'il est bon de connaître.

Pour en savoir +

La rubrique « Pour en savoir + » permet au lecteur d'approfondir ses connaissances en accédant aux études et sites internet exploités pour réaliser les fiches.

OÙ TROUVER L'INFO ?

La rubrique « Où trouver l'info ? » fournit les coordonnées de structures et sites internet susceptibles de fournir au lecteur une information experte sur le sujet.

COMMENT FAIRE ?

La rubrique « Comment faire ? » propose de la ressource opérationnelle sous forme de questionnaires et d'une marche à suivre.

PAROLE D'EXPERT

La rubrique « Parole d'expert » attire l'attention du lecteur sur un point clé du sujet traité. Elle a été réalisée par des spécialistes.

ENTREPRENDRE ET LA MONTAGNE, DEUX PASSIONS POUR UNE VIE PLEINE DE REBONDISSEMENTS... À DEUX

Gérard GOUPIL

Mona

MurMur

Ce passionné de montagne est un entrepreneur né. Dans le milieu, on le connaît pour la création des premières salles d'escalade privées en France. Ce qu'on ignore, c'est qu'il a fait ses armes dans la grande distribution, que sa femme est de tous ses engagements et que c'est grâce à l'amitié et aux échecs qui le dynamisent qu'il a pu se réaliser !

Son parcours

C'est à l'âge de 11 ans que Gérard Goupil découvre la montagne, grâce au club alpin du Mans, et c'est en seconde que le jeune adolescent décide de lâcher l'école pour vivre près des sommets. On est dans les années 1960 et le jeune Sarthois n'a pas de mal à convaincre ses parents de le laisser libre de ses choix et de le laisser chercher des petits boulots dans les Alpes pour survivre.

Mais dès 18 ans, « *par pragmatisme et parce que j'ai du goût pour la compta* », il décide de passer un CAP puis un BEP comptable... puis, finalement, un diplôme comptable de niveau bac plus deux.

Avec son diplôme en poche, il cherche avant tout un emploi qui va lui permettre de pratiquer la montagne en toute liberté.

« La maîtrise de la comptabilité m'a permis de me projeter plus efficacement, dès le départ. »

C'est dans une commune des Alpes qu'il trouve son bonheur : il est dans l'équipe d'entretien des équipements sportifs et, grâce à des arrangements bienveillants, il est très souvent en montagne.

Pendant six ans, il conjugue sa passion avec un boulot qui lui laisse suffisamment de disponibilité pour se préparer au probatoire d'aspirant guide, le « *ticket d'entrée* » royal pour vivre de sa passion. Après un premier échec, la réforme des diplômes sportifs lui permet de passer avec succès le diplôme d'accompagnateur.

On est en 1982 et il décide alors d'accepter la gérance d'un centre de vacances pour le compte d'une association, parce que ça le rapproche un peu plus des métiers de la montagne et de la montagne, mais aussi parce qu'il n'a pas vraiment digéré son échec au diplôme de guide.
C'est là que la rencontre avec celle qui deviendra son épouse et associée se fait.

Mona est américaine. Cette passionnée de ski a pris deux années sabbatiques pour apprendre le français. Ses parents, petits commerçants d'origine chinoise à Seattle, ne se sont pas opposés à son choix.
Pourtant, ses études en histoire de l'art ne l'ont pas particulièrement prédestinée aux apprentissages linguistiques... ni à la passion de la montagne et de toutes les activités qui permettent de mieux la connaître : alpinisme, escalade, ski...
La rencontre avec Gérard va bouleverser définitivement le cours de sa vie. Aujourd'hui, cette Franco-Américaine partage son temps entre les Alpes, où elle continue à vivre sa passion, et la région parisienne où ils se sont aventurés ces vingt dernières années.

L'aventure de cette nouvelle vie ne dure pas : un incendie ravage le centre quelques mois plus tard et entraîne Gérard loin de la montagne. C'est un ami d'enfance, Jean-Pierre, qui lui propose un emploi pour lui et sa compagne dans la Sarthe. Ce changement de vie, il l'accepte sans grande difficulté - il faut dire que cet évènement l'a touché profondément et qu'il a besoin de gagner sa vie.
Alors, les yeux fermés, ils s'investissent tous les deux dans le supermarché de son ami : lui à la station-service et Mona à la mise en place du tout nouveau système des codes-barres.

Mais dès le départ, ils s'engagent tout en sachant qu'ils ne resteront pas salariés. « *Les patrons de l'enseigne avaient une politique sociale. On savait pourquoi on faisait des efforts.* »
En sept ans, Gérard et son épouse vont gravir tous les échelons de la grande distribution : chef de rayon, directeur, puis patron.

« Pour vivre notre vie de couple, et pour surmonter l'échec d'aspirant guide. »

Toute leur vie professionnelle aurait pu se faire dans la grande distribution, loin de la montagne, si un jour ils n'avaient pas été « *catapultés* » sur la commune d'Antony, en région parisienne, pour reprendre un magasin qui ne fonctionnait plus du tout.
On est au début des années 1990 et ils ont « *abandonné* » la montagne depuis quelques années.

« Parce que je suis trop libre et parce que je ne voulais pas travailler toute ma vie pour les autres. »

Est-ce parce que ses parents sont artisans cordonniers que la réussite financière et professionnelle est importante pour Gérard ?
Aujourd'hui encore, il ne le sait pas vraiment, mais ce qui est certain, c'est qu'il veut gagner sa vie confortablement depuis longtemps déjà et qu'il a hérité « *du bon sens paysan* » que lui a transmis son père.

« La grande distribution me passionne, ça bouge toujours, et dans les années 80, c'est la bonne époque ! »

Le supermarché est repris grâce au parrainage de son ami Jean-Pierre. Mais avec un déficit supérieur à 20 millions de francs, ils décident d'un commun accord

« Ce qui a fait basculer notre décision de partir dans la grande distribution, c'était parce qu'on avait confiance, mais aussi parce que c'était important de gagner notre vie. »

de jeter l'éponge. La négociation de leur départ leur permet d'acheter une maison en région parisienne et de prendre le temps de la réflexion sur leur avenir professionnel. La passion de la montagne est toujours présente, même s'ils n'ont pas eu de temps à lui consacrer ces dernières années. Alors, ils se remettent tous les deux à grimper dans une salle d'escalade de la région parisienne.

Ils décident alors de créer une société de nettoyage, parce qu'ils ont un carnet d'adresses et *« qu'il faut bien faire quelque chose »*, mais la société vivote et l'aventure ne les passionne pas.
C'est cependant cet épisode qui va être le déclencheur de la réussite qu'on leur connaît aujourd'hui. Parmi leurs clients, ils ont la salle d'escalade dont ils découvrent un jour qu'elle est en vente. C'est là que le déclic se produit : *« On va pouvoir conjuguer le plaisir de renouer avec la gestion d'une entreprise et l'acceptation de l'échec du supermarché. »*

« Avec l'envie de monter la première grande salle d'escalade en France, on renoue avec la passion. »

Mais ils ne sont pas les seuls à avoir cette idée. Pour la phase de réalisation, la rencontre avec Serge Riou est déterminante.

Serge Riou n'a pas l'âme d'un entrepreneur, mais il voit juste sur le marché.
Après des études en économie du sport et en droit, il démarre une carrière dans le milieu sportif en travaillant d'abord à l'UCPA, puis en devenant directeur de la Fédération française de savate, boxe française. Quelques années plus tard, il décide de démarrer un doctorat sur l'économie du sport. Mais quand le couple fait sa rencontre, c'est le déclic : lui aussi pense à ce projet, mais il n'a guère de ressources à mobiliser. Par contre, il a un carnet d'adresses étoffé et un très bon sens des relations, qu'il s'agisse d'élus locaux, de journalistes ou de tout autres partenaires.
C'est avec la conviction que ça doit marcher qu'il s'engage dans le projet et abandonne sa thèse.
L'aventure dure jusqu'en 2005, date à laquelle il décide à nouveau de changer de vie ! Le couple lui rachète alors ses parts et continue en solo.

Leur parcours est ensuite relativement classique, mais il a la particularité d'être très clair pour eux. Il faut dire qu'ils savent faire et qu'*« un business plan, c'est pas compliqué à réaliser »*.
Avec leur connaissance du milieu, ils savent dès le départ qu'ils ne réussiront que s'ils sont capables de toucher tous les publics, des jeunes aux handicapés en passant par les cadres supérieurs.

« L'escalade à portée de main. »

Pour ça, il leur faut un emplacement de rêve. Au départ, ils ciblent la bordure périphérique de l'ouest de Paris, les banlieues aisées. *« Mais on ne trouve rien d'accessible, du coup le projet est mort-né. »* Ils décident alors de chercher dans la proche banlieue et, en une semaine, ils tombent sur ce qu'ils appellent *« une cathédrale industrielle »* à Pantin,

au nord de Paris. Ils sont dans le 93, là où il n'y a pas de grimpeurs... Mais, convaincus qu'ils vont faire déplacer leur clientèle grâce à la qualité et à la dimension de la salle, ils vont solliciter les banques. La somme n'est pas des moindres : 3 500 000 francs.
Ils en rencontrent 9 au total ! La plupart de leurs interlocuteurs sont séduits, mais les commissions d'accord de prêts refusent systématiquement : ils n'ont jamais prêté d'argent pour créer une salle d'escalade... Pourtant, une des banques finit par accepter *« parce qu'ils ne peuvent pas faire autrement »*.

« Ce sont les banques qui poussent vers la SA. »

Les banques ne sont pas les seules à ne pas croire au projet : c'est tout le milieu de la montagne et de l'escalade qui les *« enterre »* au départ. Personne ne leur accorde du crédit... sauf eux et leurs associés et amis (un avocat, un cadre "sup" de l'ANPE, des chefs d'entreprises dont Jean-Pierre), qui sont tous issus de la montagne et qui vont leur apporter le soutien moral et financier dont ils ont besoin. C'est finalement en 1995 que l'ouverture du premier MurMur se fait à Pantin, et dès 2001, c'est l'ouverture du deuxième, toujours en région parisienne.

« Je vends du plaisir et du rêve. Si ça marche tout de suite, c'est parce que les gens en ont pour leur argent. »

Entre-temps, d'autres MurMur verront le jour en licence de marque.

Grâce à leur expérience dans la grande distribution, et parce que la philosophie de leur engagement n'est pas compatible avec la perte de la maîtrise des services qu'ils proposent, ils se refusent à développer leur concept dans les termes que leur proposent les banques qui ont mesuré l'intérêt de tels investissements...

« C'est l'expérience de la grande distribution qui permet d'être vigilant. »

Ce qui ne les empêche pas d'avoir en projet un troisième MurMur en région parisienne *« pour nous et pour notre personnel qui en rêve »* !

Les coups durs

- Le départ de Serge en 2005.
- Les problèmes de santé et la baisse des résultats qui sont allés de pair.
« On fait des bêtises tout le temps, mais l'essentiel est de ne pas refaire les mêmes. »

Les coups de pouce

- Les amis de toujours : Jean-Pierre, Serge et les autres.
- Les élus locaux.
- Un responsable de l'APEC qui leur permet de mieux cerner le profil dont ils ont besoin à leurs côtés. Grâce à cette rencontre, ils vont recruter un directeur qui leur permet aujourd'hui d'être plus sereins par rapport à leur avenir.
« On a l'impression de savoir aujourd'hui ce qui va se passer. »

« Il ne faut pas faire n'importe quoi, n'importe comment, mais ce qui est sûr, c'est qu'il faut retrousser ses manches et savoir prendre des risques. »

Portrait de l'entreprise	
Code NAF	9311Z
Convention collective	IDCC 1790 – Espace de loisirs, d'attractions culturelles
Date de création	1996
Investissement	350 k€
Forme juridique	SA
Chiffre d'affaires	2007-2008 = 1 461 607 € 2008-2009 = 1 399 252 € 2009-2010 = 1 551 344 €
Progression du CA	2007-2008 / 2008-2009 = - 4,3% 2008-2009 / 2009-2010 = + 10,9%
Personnel	19 en équivalent TC / 26 personnes
Habilitations	Établissements Jeunesse et Sports Habilitation tourisme
Activités	Gestion et exploitation des salles d'escalade, organisation de stages et de formations d'escalade, organisation de sorties falaise
Coordonnées	■ www.murmur.fr

CENTRE DE REMISE EN FORME OU DE FITNESS

Tous droits réservés - Crédit photos Panoramic

Code NAF2008.rév2
9313Z - 9311Z
9312Z - 8551Z
et divers

Principaux codes NAF

La préoccupation grandissante pour la santé et le bien-être pousse les Français vers la pratique régulière d'un sport. Cette tendance bénéficie pleinement au secteur de la remise en forme qui propose une offre diversifiée et flexible, adaptée aux exigences des modes de vie sédentaires et urbanisés.
Cette forte demande contribue à aiguiser un climat de concurrence caractérisé par la présence d'un secteur privé et d'un secteur associatif de poids équivalent, et par l'évolution permanente de la demande des clientèles.

activités du secteur

Définition

Une salle de remise en forme est un lieu mettant à disposition du public des équipements, un environnement et des prestations d'encadrement visant à l'amélioration de la condition physique, de la détente et du bien-être de ses clients.

La seule salle de musculation n'attire plus en effet les foules ; désormais, tout club se doit de proposer des activités complémentaires pour séduire une clientèle beaucoup plus large (hommes, femmes, seniors...) aux aspirations très diverses (détente, bien-être, mais aussi mal de dos, stress, obésité, convivialité...).

◗ Les différentes formes de pratique

On distingue désormais :

■ Les activités classiques

- salle de musculation
- espace cardio-training (tapis roulants, vélos, stepper, rameur…)
- cours collectifs (culture physique, step, low impact, Hi/Lo, stretching…)
- cours de danse

■ Des diversifications possibles

- sauna, hammam, spa
- piscine et aquagym
- massages et autres activités liées à la relaxation
- soins de beauté (solarium, enveloppements, soins du visage…)
- sports de défense et de combat
- squash, badminton
- diététique sportive
- vente de vêtements et d'accessoires de sport
- plate-forme vibrante

Chiffres clés

◗ Structure de la profession

■ Environ 10 000 lieux se consacrent à la (re)mise en forme en France, en grande majorité au sein des structures associatives et des fédérations sportives.

■ Dans le secteur marchand, on dénombre de 1 600 à 3 000 clubs privés de remise en forme, selon les sources.
La crise des années 2002/2003 a provoqué la fermeture de plus de 700 clubs, mais la crise de 2009 n'a pas eu, semble-t-il, beaucoup d'impact sur le secteur.

■ 95 % des clubs sont indépendants : au mieux 4,5 % à 5 % des clubs (environ 150) sont rattachés à une enseigne nationale (Club Med Gym, Fitness First, Vit'Halles, Moving…) et réalisent 15 à 20 % du chiffre d'affaires de la profession.

■ Le secteur emploie de 15 000 à 18 000 salariés et l'activité dégage de 700 millions à un milliard d'euros de chiffre d'affaires.

◗ Répartition géographique

■ C'est une pratique plus urbaine que rurale et le maillage du territoire augmente avec l'urbanisation.

■ Paris et sa grande couronne représentent environ 10 % du marché. La clientèle parisienne « consomme » ce type de services à côté de son bureau ou de son lieu d'habitation, et à toute heure.

■ En province, on privilégie l'ambiance copains ou familiale, ainsi qu'une localisation en centre-ville.

■ Les professionnels estiment qu'il ne faut pas plus d'une salle pour 50 000 habitants.

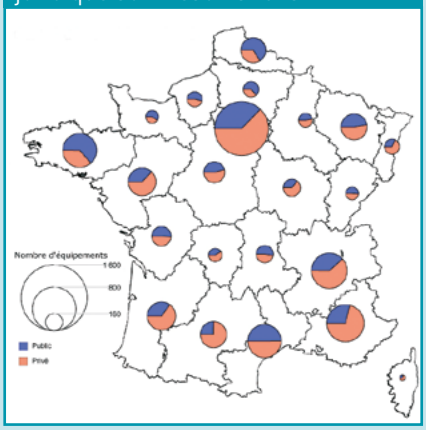
Source : Journal L'Union Champagne Ardenne Picardie

■ Le maillage actuel est d'environ 1 club pour 24 000 habitants.

◗ La clientèle

■ 14 à 15 millions des Français âgés de 15 ans et plus pratiquent, de façon assidue ou occasionnelle, le fitness, la musculation ou la gymnastique d'entretien, soit un quart de la population. Cependant, seuls 5 à 6 millions sont inscrits dans un club.

Répartition par grande catégorie juridique au niveau national



Source : RES - Octobre 2010

■ Les pratiquants du fitness sont plutôt jeunes et en majorité des femmes (54 %), mais la catégorie des seniors est en forte progression.

■ La pratique a été une progression constante dans les années 90. Elle se stabilise aujourd'hui, avec deux millions de pratiquants supplémentaires depuis 2005.

◗ Coût d'installation en 2008

■ Le coût d'aménagement est évalué à environ 1 000 €/m² (un chiffre qui varie en fonction du site d'implantation) auquel il faut rajouter un BFR de 3 à 6 mois d'activité (25 000 à 50 000 €).

■ Une salle bien équipée comporte au minimum vingt appareils, soit vingt postes de travail différents, un investissement d'au moins 80 000 € :
- 50 000 € pour les plus petits centres ;
- 170 000 € pour les plus grands (Lady Fitness ou Lady Moving par exemple), sur des surfaces de 200 à 300 m².

■ L'investissement dans un matériel de base pour une dizaine de clients (tapis, bancs de musculation, rameurs, steppers, vélos) peut être limité à moins de 9 000 €.

Nombre de clubs	1 600 à 3 000 selon les sources
Chiffre d'affaires	700 M€ à environ 1 200 M€
Personnes occupées	de 15 000 à 18 000
Nombre de pratiquants inscrits	de 5 à 6 millions
Nombre d'adhérents/club	500
Cotisation annuelle moyenne	318 €

Source : APCE

évolution du secteur

◗ L'offre de services

Depuis que la profession s'est assainie, de nouveaux concepts ont redynamisé la profession autour du *low cost*, des salles réservées aux femmes ou des activités plus douces, où bien-être, relaxation et esthétisme sont en valeur.

◗ Choisir entre franchise, indépendance ou association

■ L'indépendant non franchisé propose un nombre déterminé de prestations personnalisées dans une salle de taille limitée (n'excédant pas en général 1 500 m²). Il lui faut du temps pour faire l'apprentissage du métier et rentabiliser son investissement. Il est en concurrence avec les associations, notamment en province où il semble plus difficile de se lancer.

■ La franchise peut être un atout pour percer plus vite sur un marché, on bénéficie de la notoriété d'une enseigne et d'une formation, d'une assistance technique et commerciale, ainsi que de

différents services. Les contraintes existent en contrepartie : la communication reste l'exclusivité de la marque, il faut respecter la charte graphique et surtout pouvoir supporter l'ampleur des investissements de départ ou le droit d'entrée dans le réseau.

Pour en savoir +

Voir la fiche professionnelle de l'APCE sur la franchise, à l'attention des futurs franchisés.

L'étude de marché

La demande

Le seul sport version bodybuilding ne fait plus recette. La clientèle vient chercher du bien-être avec les services de kinésithérapeutes, d'esthéticiennes, de diététicien(ne)s, de podologues et même de coiffeurs. Elle a découvert les vertus des saunas, hammams et spas, une tendance qui englobe des pratiques hétéroclites comme la gym aquatique, les massages, les soins...

à savoir Le « wellness » qualifie les différentes pratiques concourant au bien-être.

Le métier évolue aussi vers les services personnalisés : plus que jamais le client a besoin de « coaching » pour s'entraîner.

Généralement, les hommes pratiquent en priorité la musculation, les femmes privilégient les cours collectifs, et l'espace cardio-training est utilisé par les deux indifféremment.

Le plus souvent, la clientèle se répartit dans la journée de la manière suivante :

- matin : personnes ne travaillant pas ou pratiquant des horaires variables ;
- midi : clientèle de bureau préférant le sport au restaurant ;
- 14 h 00 - 17 h 00 : heures creuses ;
- soir : clients de proximité.

Les tendances

- Proposer des tarifs attractifs de type Amazonia, Neoness-forme. À la clef des formules *low cost* : un concept automatisé nécessitant moins de salariés que dans les centres traditionnels.
- Développer en parallèle les services à la personne payants (*personal trainers*, cours collectifs, massages...).
- Transformer les clubs de fitness en clubs de remise en forme (prévention santé).
- Proposer des clubs à thèmes (pour les femmes, type Lady Moving et consœurs).
- Fidéliser la clientèle majoritaire, attirer une clientèle peu représentée mais de plus en plus intéressée, ou développer un concept familial et convivial ouvert à tous.

Source : le GERF et l'UFBS en 2008

Quelques conseils pratiques

- L'étude de marché doit définir le concept en fonction des goûts et du budget du créateur.
- Elle doit identifier l'offre existante.
- La localisation et donc la clientèle doivent concourir au choix des prestations offertes et aux prix proposés.

à savoir Pendant longtemps, les salles de remise en forme avaient des superficies de 600 m², voire 1 000 m². La tendance actuelle est à la création de clubs plus intimes, moins coûteux, plus faciles à financer, de taille humaine d'environ 200 m².

Source : Commerce magazine, guide des réseaux 2008.

■ Indispensables : l'enquête de terrain avec le repérage de la concurrence, ainsi que les investigations menées sur la zone de chalandise ou auprès des fournisseurs, clients ou prescripteurs.

■ Miser sur un concept pointu : Il faut habilement proposer une palette d'activités classiques et miser sur quelques nouveautés.

■ Savoir s'entourer d'une équipe compétente. L'accueil, la convivialité, l'accompagnement personnalisé du client sont quelques-unes des clés de la réussite.

■ Ne pas lésiner sur le matériel et veiller à la propreté des équipements qui donne au client une idée de la régularité de leur entretien.

■ Enfin, une étude de la rentabilité s'impose dès la conception du projet.

Le créateur et les règles de la profession

◗ Les diplômes reconnus pour exercer

On peut prendre la gérance d'un club de mise en forme sans posséder de diplôme particulier, mais dès qu'il y a acte d'enseignement, animation, entraînement ou simple présence considérée comme encadrement des utilisateurs, la personne qui l'accomplit doit posséder un diplôme d'État.

Source : la loi 84-810 du 16 juillet 1984, loi Avice, prolongée par celle du 13 juillet 1992, relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives.

La liste des diplômes reconnus pour exercer l'activité contre rémunération est la suivante :

■ Diplôme mis en place par le ministère chargé des sports : le BPJEPS AGFF, brevet d'État professionnel des métiers de la forme. Il est dispensé par des CREPS ou des organismes de formation habilités par l'État ;

■ D'anciens diplômes comme le brevet d'État des métiers de la forme, les BEEGDA (brevet d'État d'enseignement de la gymnastique et des disciplines associées), et HACUMESE (haltérophilie, culturisme, musculation éducative, sportive et d'entretien) ;

■ Il existe aussi le BEAECPC, brevet d'État d'aptitude à l'enseignement de la culture physique et du culturisme, qui donne la qualification d'enseigner la musculation, à l'exclusion des cours collectifs chorégraphiés ;

■ Le DEUST métiers de la forme, diplôme professionnel du ministère en charge de l'enseignement supérieur dispensé par les universités. Suite à la réforme des universités (LMD), il a été complété par les licences professionnelles « activités sportives, option remise en forme et loisirs sportifs associés : responsable d'équipe de projets » et « activités sportives, spécialité métiers de la forme ».

à savoir Il ne faut pas confondre salle de gymnastique et centre de remise en forme.
Une salle de gymnastique fait appel à d'autres types de personnel qualifié (détenteur du brevet d'État de gymnastique sportive). Mais dès lors qu'il y a culture physique, musique de fond, il y a exercice des métiers de la remise en forme.

◗ Les qualités requises

■ Être dirigeant d'un club requiert des compétences ou des connaissances dans 5 domaines transversaux : la gestion sociale, la gestion économique, le management d'une petite structure, le marketing de services, la vente, et les règles de base de l'activité physique récréative de loisir.

■ Être dirigeant d'un club, c'est savoir faire évoluer le concept en se formant aux approches nouvelles, et s'introduire dans les réseaux et syndicats professionnels pour échanger avec les exploitants expérimentés.

◗ La convention collective

Les clubs de fitness et de remise en forme, après avoir été intégrés à la convention collective ELAC des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, devront dorénavant appliquer la convention collective du sport.

Pour en savoir +

JORF n° 0088 du 15 avril 2010, texte n° 54, arrêté du 7 avril 2010 portant extension d'un avenant à la convention collective nationale du sport (n° 2511), NOR : MTST1009606A

◗ La déclaration d'ouverture ou déclaration préalable

Une déclaration d'ouverture doit se faire dans les deux mois avant l'ouverture de la salle, auprès de la DDCS (direction départementale de la Cohésion sociale) ou DDCSPP (direction départementale de la Cohésion sociale et de la Protection des populations). Cette déclaration doit préciser l'identité des personnes qui enseigneront et leurs diplômes, ainsi que leur déclaration d'exercice professionnel.

Les services de l'État effectuent ensuite une visite des locaux pour vérifier leur conformité.

à savoir Le récépissé de déclaration à la DDCS ou à la DDCSPP est demandé lors de l'inscription au Centre de formalités des entreprises (CFE).

Contacts et sources d'information

◗ Quelques sources utiles pour l'étude de marché

■ La mairie, les organismes consulaires, les données Odil de l'Insee :
@ *http://creation-entreprise.insee.fr*
et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.

■ Le site du ministère des Finances permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune @ *www.bercy.gouv.fr*, sans oublier la base de données sociales localisées @ *http://bdsl.social.gouv.fr*.

■ La consommation des ménages est analysée par l'Insee et grâce aux indices de disparité des dépenses de consommation (IDC).

Source : les antennes départementales des fédérations professionnelles et les centres ou associations de gestion agréés.

■ *Le poids économique du sport en 2007*, enquête publiée en novembre 2009 par le ministère chargé des sports.

Les Français, la forme et le bien-être, février 2008, enquête Ipsos à retrouver sur @ *www.vivelaforme.com*

■ On trouvera dans l'enquête réalisée à la demande de la Commission de la sécurité des consommateurs (CSC) des informations récentes sur les pratiquants de tous les types de salles :
@ *www.securiteconso.org* et
@ *www.vivelaforme.com*

◗ Organismes professionnels

■ GERF
Groupement national des entreprises de remise en forme
76, rue Lazare-Carnot
45120 Chalette-sur-Loing
@ *www.gerf.fr*
✏ *rolandchauvel@club-internet.fr*

■ F3PF
Fédération des professionnels de la préparation physique et de la forme
Créée en juin 2006 pour défendre et favoriser la reconnaissance des métiers des éducateurs physiques, préparateurs et coachs dans le domaine de la forme
9 ter, avenue de la République,
74960 Cran-Gevrier Annecy
☎ 04 50 67 33 47
@ *www.f3pf.org*

■ Fédération française de gymnastique
7 ter, cour des Petites-Écuries
75010 Paris
☎ 01 48 01 24 48
@ *www.ffgym.com*

■ FFHMFAC
Fédération française d'haltérophilie musculation force athlétique et culturisme
4, rue du Chemin-Vert
94500 Champigny-sur-Marne
@ *www.ffhmfac.fr*

■ FPS
Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs
109, rue du Faubourg-Saint-Honoré
75008 Paris
☎ 01 44 70 77 90
@ *www.filieresport.com*

■ FIFAS
Fédération française des industries du sport et des loisirs
3, rue Jules-Guesde
92300 Levallois-Perret
☎ 01 47 31 56 23
@ *www.fifas.com*

◗ Informations professionnelles

@ *www.vivelaforme.com*, le site de la revue est un portail généraliste sur la forme ; à noter, les revues consultables en ligne contenant de nombreuses informations sur le métier (actualité, conseils, interviews...) et les liens vers d'autres sites.

@ *www.lereseaudelaforme.com*,
les professionnels indépendants du fitness et de la forme

@ *www.sauna-first.com*,
information sur le sauna

@ *www.planet-fitness.fr*,
avec son magazine trimestriel *Les Mills News*

@ *www.bodyplanet.com*,
l'univers du fitness et de la musculation

@ *www.infosport.org*,
informations réglementaires sur le sport

@ *www.infogym.com*,
l'univers de la gymnastique

@ *www.studiopilatesdeparis.com*,
l'école en France qui représente la méthode d'origine

■ **AFDAS**
Fonds d'assurance formation des secteurs du Spectacle vivant, du Cinéma, de l'Audiovisuel, de la Publicité et des Loisirs - OCPA de la branche ELAC
3, rue au Maire - 75003 Paris
☎ 01 44 78 39 39
@ *www.afdas.com*

■ **UNIFORMATION**
43, boulevard Diderot - 75012 Paris
☎ 08 20 20 52 06
@ *www.uniformation.fr*

■ **AGEFOS-PME**
187, quai de Valmy - 75010 Paris
☎ 01 44 90 46 46
@ *www.agefos-pme.com*

Liste de fournisseurs sur le site
@ *www.bodyplanet.com*,
rubrique Adresses.
Voir également les sites
@ *www.fitnessboutique.fr*,
@ *www.stylefitness.fr* ou encore
@ *www.multiform.com*

◗ Salons professionnels

■ Salon Mondial Body Fitness Form expo
Mars 2008, porte de Versailles
@ *www.formexpo.com*

■ Salon Mondial rééducation Equip'salles
Octobre 2008, Parc floral de Paris
@ *www.salonreeduca.com*

■ Salon de la piscine, des SPA et du sauna
Décembre 2008, porte de Versailles
@ *www.salonpiscineparis.com*

■ Mondial spa et beauté
8, 9, 10 mars 2008, Paris
@ *www.msbparis.com*

Liste non exhaustive

Tous droits réservés - Crédit photos Panoramic

Fiche réalisée sur la base de la fiche de l'APCE correspondante et réactualisée en octobre 2010

LES PARTENAIRES

LE MINISTÈRE DE LA CULTURE

Le ministère de la culture et de la communication a pour mission de rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France.

À ce titre, il conduit la politique de sauvegarde, de protection et de mise en valeur du patrimoine culturel dans toutes ses composantes, il favorise la création des œuvres de l'art et de l'esprit et le développement des pratiques et des enseignements artistiques.

Il contribue, conjointement avec les autres ministres intéressés, au développement de l'éducation artistique et culturelle des enfants et des jeunes adultes tout au long de leurs cycles de formation.

Il encourage les initiatives culturelles locales, développe les liens entre les politiques culturelles de l'État et celles des collectivités territoriales et participe à ce titre à la définition et à la mise en œuvre de la politique du Gouvernement dans le domaine de la décentralisation.

Il veille au développement des industries culturelles. Il contribue au développement des nouvelles technologies de diffusion de la création et du patrimoine culturels.

Il met en œuvre, conjointement avec les autres ministres intéressés, les actions de l'État destinées à assurer le rayonnement dans le monde de la culture et de la création artistique françaises et de la francophonie.

Il contribue à l'action culturelle extérieure de la France et aux actions relatives aux implantations culturelles françaises à l'étranger.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère
Culture
Communication

LA CAISSE DES DÉPÔTS

La Caisse des Dépôts et ses filiales constituent un groupe public, investisseur de long terme au service de l'intérêt général et du développement économique des territoires. Avec son plan stratégique Elan 2020, le groupe Caisse des Dépôts s'est fixé quatre priorités pour répondre aux urgences du pays : le logement et la ville, l'université et l'économie de la connaissance, les PME au service de la croissance, l'environnement et le développement durable.

La Caisse des Dépôts finance sur ses fonds propres la création-reprise et transmission des très petites entreprises ainsi que les initiatives locales créatrices d'emplois dans le domaine de l'économie sociale. Elle intervient dans ce champ par l'intermédiaire des réseaux (Adie, France Active, Réseau Entreprendre, France Initiative Réseau, BGE) chargés d'accompagner et d'octroyer des prêts aux créateurs d'entreprise. Elle finance également les prêts NACRE (nouvel accompagnement pour l'aide à la création et la reprise d'entreprises) permettant aux personnes sans emploi de créer leur propre entreprise, et mobilise le Fonds de cohésion sociale, dont l'État lui a confié la gestion, pour garantir les microcrédits accordés aux TPE.

Elle soutient également, aux côtés de l'État et des collectivités locales, les dispositifs locaux d'accompagnement (DLA) qui apportent un appui aux activités d'utilité sociale portés par les petites associations employeuses, structures coopératives ou de l'insertion par l'activité économique, parmi lesquelles de nombreuses agissent dans le domaine du sport ou de la culture.

Reconnue pour son expertise, l'État l'a aussi sollicitée pour gérer une action de financement de l'économie sociale et solidaire, dotée de 100 M€, au travers du programme d'investissements d'avenir qui joue un rôle essentiel dans la dynamique économique des territoires, ainsi que dans l'innovation sociale et environnementale.

Les activités sportives et culturelles sont créatrices d'emploi, et favorisent la cohésion sociale. Elles sont moins reconnues pour leur apport à la création d'entreprises. Ce guide vient à point nommé pour illustrer le champ des initiatives possibles dans ces secteurs peu connus des professionnels de la création d'entreprise alors que, de plus en plus, ces activités prennent la forme d'entreprises classiques et peuvent prétendre à des financements relevant du soutien à la création de TPE.

La Caisse des Dépôts a donc souhaité soutenir la réalisation de ce guide qui vient enrichir cette démarche de professionnalisation des accompagnateurs de porteurs de projets, en s'adressant également aux réseaux d'accompagnement non spécialisés.

Caisse des Dépôts

L' AGENCE POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISES

Les missions de l'APCE

Créée à l'initiative des pouvoirs publics, l'Agence pour la création d'entreprises est une association loi de 1901 placée sous tutelle du ministère en charge du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services, des Professions Libérales et de la Consommation. L'APCE assure les missions fonctionnelles suivantes :

- promotion de l'esprit d'entreprise,
- appui technique aux responsables territoriaux et aux réseaux de la création d'entreprise,
- observatoire de la création d'entreprise.

L'APCE, des publics et des services

Une information dynamique pour les créateurs et les repreneurs

Si l'APCE n'est pas l'interlocuteur direct de l'entrepreneur dans le processus de création, elle reste une source d'information permanente à sa disposition. Au travers de ses éditions et de son site Internet, l'APCE assure l'orientation et les premières informations nécessaires aux porteurs de projets.

- Références incontestées de la création et de la reprise d'entreprise, les ouvrages méthodologiques, les guides pratiques et les fiches techniques de l'APCE sont diffusés par l'intermédiaire d'un catalogue de vente par correspondance et dans les librairies spécialisées.
- Le site Internet de l'APCE (www.apce.com) contient toute l'information technique, du plus général au plus particulier. Les créateurs et les repreneurs y trouvent également divers outils interactifs leur permettant de trouver les bons interlocuteurs en fonction de leur projet et de leur situation géographique, un système d'information sur les aides ou encore une boîte aux lettres qu'ils peuvent utiliser pour poser des questions relatives à leur projet. Le site Internet de l'APCE est l'un des plus visité de France avec plus de 8,5 millions de visiteurs distincts en 2010.

Un appui professionnel aux opérateurs de la création et de la reprise d'entreprise

L'APCE s'attache à développer pour les professionnels de la création d'entreprise tous les produits et services propres à l'optimisation de leurs actions. Aujourd'hui les différents réseaux ainsi que les structures locales issues d'initiatives privées, parapubliques et publiques peuvent s'appuyer sur divers outils élaborés par l'APCE.

- Les éditions de l'APCE sont des références utiles dans le cadre du conseil aux créateurs.
- Les données fournies par l'Observatoire de l'APCE sont des indicateurs indispensables à l'orientation des politiques d'action des réseaux.
- L'espace « Professionnel décideur » accessible par Internet offre aux opérateurs une plate-forme téléinformatique contenant une information dense et pratique, spécialement adaptée aux besoins des professionnels de l'accueil et de l'accompagnement des créateurs.
- Enfin, dans le but de contribuer à la quête de la qualité poursuivie par tous les réseaux d'appui à la création d'entreprise, l'APCE assure un large programme de formation destiné aux opérateurs.

Une expérience au service des pouvoirs publics

L'APCE est aujourd'hui capable d'observer, mais aussi d'analyser ou d'évaluer toute donnée relative à la création d'entreprise, aux créateurs et aux entreprises qui en résultent. Ainsi l'APCE apporte aux pouvoirs publics toutes les données et l'analyse nécessaires à l'orientation des politiques d'appui à la création d'entreprise.

- Aux niveaux local, régional et national, les données de l'observatoire et l'appui technique des experts de l'APCE sont les atouts déterminants d'une politique publique ciblée et efficace en faveur de la création d'entreprise.
- Au travers de ses propres actions, l'APCE élabore des propositions susceptibles de contribuer à l'amélioration de l'environnement du créateur.

Une politique active de partenariat

Afin de diffuser et d'optimiser son action, l'APCE s'appuie sur une politique active de partenariat.
Aux plans local, régional, national, européen et international, l'APCE se fait fort de créer les synergies nécessaires à la mise en œuvre de ses missions.
Ces collaborations ont pour principaux objectifs de :

- promouvoir l'esprit d'entreprise,
- favoriser la mise en œuvre de politiques régionales ou locales d'appui à la création/reprise d'entreprise,
- appuyer la mise en œuvre de politiques d'évaluation des résultats,
- contribuer à une meilleure collaboration entre les différents réseaux,
- augmenter le nombre de projet de qualité,
- répondre au mieux aux attentes des créateurs et repreneurs d'entreprises et faciliter leur parcours,
- favoriser leur pérennité.

Que ce soit avec les réseaux d'appui à la création d'entreprise, les associations aidant les créateurs, les initiatives privées ou publiques favorisant le développement d'activité ou les organismes institutionnels ayant pour mission d'accompagner les créateurs, l'APCE s'attache à être un partenaire disponible efficace et fiable.

Contact presse
Agence Press et Vous – Laurence Margoline
01 44 37 00 19 – laurence.margoline@press-et-vous

APCE

AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT ET DE LA PERFORMANCE DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Avise
Ingénierie et services pour entreprendre autrement

MISSIONS

Créée en 2002 par la Caisse des Dépôts et des acteurs représentatifs de l'économie sociale, l'Avise agit pour accroître le nombre et la performance des entreprises d'économie sociale et solidaire (ESS) créatrices d'emplois et d'activités nouvelles.

S'appuyant sur un savoir-faire technique, elle développe tant des collaborations à long terme que des partenariats ponctuels avec les pouvoirs publics, les collectivités territoriales, les réseaux d'accompagnement ou les acteurs de l'économie sociale et solidaire. Avec l'ambition de renforcer les convergences d'actions entre ces différents acteurs, facteur de réussite du changement d'échelle du secteur.

CHAMPS D'INTERVENTION

Les champs d'intervention de l'Avise sont nombreux et divers et, depuis sa création, elle a su gagner la confiance de nombreux acteurs grâce à son expertise et à sa capacité de mobilisation.

Son action est reconnue dans l'appui au secteur de l'insertion par l'activité économique ; l'accompagnement associatif ; le développement de l'achat socialement responsable ; l'accès aux financements européens ; la création et le développement des entreprises sociales.

L'Avise,
des acteurs s'engagent pour l'emploi et l'innovation sociale

OFFRE DE SERVICES

Information et valorisation

L'Avise produit et anime des supports d'information spécialisée et met en place des actions de valorisation des initiatives du secteur de l'ESS :

- Animation de six sites internet
- Diffusion de newsletters
- Edition de publications
- Organisation d'événements

Outillage et qualification

L'Avise soutient la professionnalisation et l'amélioration des pratiques de nombreux acteurs de l'ESS :

- Production de guides méthodologiques
- Actions de formation
- Transfert de savoir-faire

Animation

L'Avise a développé une expertise dans l'appui opérationnel et dans l'animation de réseaux professionnels. L'Avise est, notamment, l'opérateur national du réseau des Dispositifs locaux d'accompagnement qui aident les entreprises d'utilité sociale dans leurs démarches de consolidation et de développement de leur activité.

Expérimentation

L'Avise est force de proposition dans la création de concepts et d'outils favorisant l'émergence et le développement d'entreprises d'utilité sociale :

- Mise en place de nouvelles formes d'entreprises
- Création de dispositifs innovants comme le réseau des Fabriques à initiatives
- Participation aux travaux autour de la reconnaissance et du financement de l'innovation sociale.

www.avise.org
www.socialement-responsable.org
www.portail-iae.org
www.essenregion.org
www.entrepreneur-social.net
www.jeun-ess.fr

janvier 2012

Avise - 167, rue du Chevaleret 75013 Paris. Tél : 01 53 25 02 25 - Fax : 01 53 25 02 20 - contact@avise.org